Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada

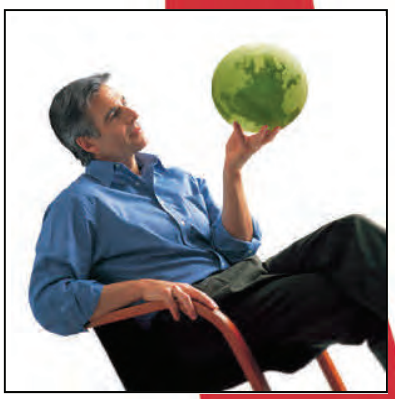
Canada

Bureau des marchés Internationaux

RAPPORT D'ANALYSE DU MARCHÉ | FÉVRIER 2013

Tendances de la consommation

Marché des aliments pour animaux de compagnie à Singapour



Cultivons l'avenir

Canada

RÉSUMÉ

- Pourtant, le nombre de propriétaires d'animaux de compagnie est grandissant à Singapour, où l'on accorde par ailleurs de plus en plus d'importance à ces animaux. Tandis que l'économie du pays se remet de la récession mondiale, les Singapouriens consacrent maintenant plus d'argent à leurs animaux de compagnie, en achetant par exemple des aliments et des accessoires de qualité supérieure.
- Singapour n'est pas le lieu idéal pour les animaux de compagnie. La très forte densité de population dans ce pays (7 257 habitants au kilomètre carré) et l'exiguïté des appartements de tours d'habitation ont pour conséquence de limiter considérablement l'espace dont peuvent jouir ces animaux. En outre, les Singapouriens ont un rythme de vie de plus en plus trépidant, ce qui leur laisse peu de temps à consacrer à la famille, et encore moins de temps pour s'occuper d'un animal de compagnie.
- La population des animaux de compagnie à Singapour s'est accrue dans les quatre dernières années. On observe un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 13,1 % entre 2006 et 2010 pour les petits mammifères et un TCAC de 6,9 % pour ce qui est des chats.
- En 2012, le marché de détail des aliments pour animaux de compagnie a été évalué à 72 millions de dollars américains, après avoir connu une croissance de 3,9 % (TCAC) au cours des cinq dernières années. Il continuera de se développer dans les années à venir, mais à un rythme plus modéré, sa valeur devant atteindre 85,6 millions de dollars américains d'ici 2016.
- Les aliments pour chiens et chats dominent toujours le marché, comptant pour plus de 85 % des ventes au détail. La demande de nourriture sèche pour chiens et pour chats continuera de croître étant donné que les Singapouriens cherchent un substitut à la nourriture humide, qui se gâte rapidement une fois le contenant ouvert en raison du climat chaud du pays.

DANS CE NUMÉRO

Résumé	*2*
Marché de détail des animaux de compagnie	*3*
Aliments pour chiens	*5*
Aliments pour chats	*6*
Aliments pour autres animaux de compagnie	*7*
Exportation et réglementation	*8*
Étiquetage	*10*
Produits mis en marché	*10*
Exemples de nouveaux produits	*12*
Commerce de détail	*13*
Les cinq premiers détaillants à Singapour	*14*
Sources d'information utiles	*14*

LE SAVIEZ-VOUS?

- À Singapour, tout propriétaire de chien doit détenir une licence délivrée par l'Agri-Food Veterinary Authority (AVA).
- Le règlement de 1989 du Housing and Development Board concernant les animaux n'autorise qu'un seul chien de petite race reconnue par unité de logement.

Source :
Singapore Agri-Food Veterinary Authority

MARCHÉ DE DÉTAIL DES ANIMAUX DE COMPAGNIE

Les Singapouriens ont un rythme de vie de plus en plus trépidant depuis quelques années, ce qui limite le temps qu'ils peuvent consacrer à un animal de compagnie. De plus, Singapour n'est pas un lieu des plus propices pour les animaux de compagnie. Le pays se caractérise par une forte densité de population et un taux d'occupation du territoire très élevé, et ses habitants vivent en majorité dans des appartements du Housing and Development Board (HBD), ce qui laisse peu d'espace aux animaux de compagnie.

Malgré ces contraintes, la population des animaux de compagnie à Singapour s'est accrue de 5 % entre 2006 et 2010, un taux de croissance modeste attribuable à la popularité des animaux de compagnie auprès des enfants et des personnes âgées. Comme l'indique ci-dessous, les animaux de compagnie préférés des Singapouriens comprennent les poissons, les chiens, les chats et les oiseaux. Les petits mammifères, comme le lapin et le hamster, sont également populaires.

En termes de population totale, les poissons constituaient plus de la moitié de l'effectif des animaux de compagnie en 2010, leur nombre ayant augmenté de 6,2 % (TCAC) entre 2006 et 2010. Les poissons sont des animaux d'agrément très appréciés, du fait qu'ils occupent peu d'espace et exigent peu de temps de la part de leur propriétaire. On les considère en outre comme étant un symbole de chance et de prospérité. Le poisson rouge et le poisson arc-en-ciel sont les plus populaires auprès des enfants, tandis que les générations plus âgées préfèrent le luohan et le koi.

Les chiens se classent au deuxième rang des animaux de compagnie les plus appréciés; on en recensait 108 000 en 2010. Comme le montre ci-dessous, la population de chiens à Singapour s'est accrue de 1,7 % (TCAC) entre 2006 et 2010. Les chiens de race Shih Tzu sont le plus en demande au pays. La réglementation qui s'applique aux animaux de compagnie est stricte : tout propriétaire de chien doit détenir une licence délivrée par l'Agri-Food Veterinary Authority (AVA), et renouvelable annuellement. Chaque chien doit porter un collier et une médaille d'identification et doit être tenu en laisse dans les lieux publics. De plus, les chiens pour lesquels une licence vient d'être délivrée doivent porter une micropuce pour faciliter le repérage le cas échéant.

Les oiseaux constituent le troisième groupe en importance parmi les animaux d'agrément, quoique, sous l'influence des médias occidentaux, ils fassent place graduellement à d'autres types d'animaux de compagnie. Les oiseaux sont appréciés surtout par les personnes âgées. La population des oiseaux a connu un recul de 7,4 % (taux annuel composé) entre 2006 et 2010.

La population des chats est demeurée relativement modeste, malgré une croissance de 6,9 % (TCAC) entre 2006 et 2010. Comme l'indique ci-dessous, le nombre de chats à Singapour s'élevait à 48 000 en 2010; ils constituaient le plus petit groupe d'animaux de compagnie au pays. Par ailleurs, la population des petits mammifères s'élevait à 79 000, ayant connu un TCAC de 13,1 % entre 2006 et 2010, le taux le plus élevé dans la catégorie des animaux de compagnie.

Population des animaux de compagnie à Singapour (en milliers)

Animaux de compagnie	2006	2007	2008	2009	2010	TCAC (%) 2006-2010
Chiens	106	107	108	108	108	1,7
Chats	45	46	46	47	48	6,9
Oiseaux	96	94	92	91	89	-7,4
Poissons	438	440	449	457	465	6,2
Petits mammifères	70	70	73	77	79	13,1

Source : *Euromonitor, 2012.*

MARCHÉ DE DÉTAIL DES ANIMAUX DE COMPAGNIE (suite)

Le marché singapourien des aliments pour animaux de compagnie a connu une croissance de 3,9 % (TCAC) dans les cinq dernières années (2007-2012). Le marché a augmenté de 60 millions de dollars US en 2007 à plus de 72 millions de dollars US en 2012. Il devrait atteindre 85,6 millions de dollars US en 2016.

La sous-catégorie des aliments pour chiens et chats compte pour plus de 80 % des ventes d'aliments pour animaux de compagnie à Singapour. La valeur des ventes de cette sous-catégorie a enregistré un TCAC de 4,4 %, pour atteindre 61 millions de dollars US en 2012. Elle devrait poursuivre sa croissance d'ici 2016, pour s'établir à 73,6 millions de dollars US.

Le volume des ventes d'aliments pour animaux de compagnie est lui aussi en hausse, mais il progresse moins rapidement que la valeur des ventes – soit 2,2 %, ce qui révèle une augmentation du prix unitaire des aliments pour chiens et pour chats en particulier. En effet, les consommateurs font maintenant un accueil plus favorable aux produits de qualité supérieure offerts sur le marché, qui se vendent plus cher à l'unité.

Singapour : valeur des ventes au détail d'aliments pour animaux de compagnie, par type d'aliments (données historiques/prévisions, en millions $US)

Catégorie	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2016
Aliments pour animaux de compagnie	60,0	62,0	64,1	66,5	69,6	72,6	75,9	85,6
Aliments pour chiens et chats	49,3	51,1	53,0	55,3	58,3	61,2	64,5	73,6
Aliments pour autres	10,7	10,9	11,1	11,2	11,3	11,3	11,4	12,0

Source : *Euromonitor, 2012.*

Singapour : valeur des ventes au détail d'aliments pour animaux de compagnie, par type d'aliments (données historiques/prévisions, en tonnes)

Catégorie	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2016
Aliments pour animaux de compagnie	8 513,9	8 610,7	8 777,7	8 996,8	9 271,9	9 521,3	9 750,3	10 372,3
Aliments pour chiens et chats	7 727,9	7 826,9	7 991,4	8 209,1	8 481,0	8 729,8	8 963,3	9 586,3
Aliments pour autres	786,0	783,8	786,3	787,7	790,9	791,5	787,0	786,0

Source : *Euromonitor, 2012.*

ALIMENTS POUR CHIENS

- Tandis que l'économie du pays se remet de la récession mondiale, les Singapouriens peuvent maintenant consacrer plus d'argent à leurs animaux de compagnie. En outre, Singapour n'échappe plus à la tendance voulant que les consommateurs traitent leur chien comme un membre à part entière de la famille. Ainsi, les aliments de qualité supérieure pourraient devenir un choix intéressant pour les Singapouriens, si ces derniers voient ces aliments comme un substitut santé à la nourriture bas de gamme. Cela explique qu'un plus grand nombre d'entreprises offrent maintenant des aliments pour chiens de première qualité sur le marché.
- La valeur des ventes d'aliments pour chiens a progressé de 6 % entre 2010 et 2011, pour atteindre 42 millions de dollars US. L'augmentation de la population des chiens, conjuguée à la volonté des consommateurs de consacrer plus d'argent aux animaux de compagnie, aura pour effet de soutenir la croissance du marché des aliments pour chiens dans les années à venir. Ce marché devrait progresser à un rythme de 2,5 % entre 2011 et 2016.
- Les propriétaires de chiens continueront de rechercher des aliments qui sont préparés et faciles à servir. Les aliments préparés qui contiennent des nutriments destinés spécialement aux chiens seront de plus en plus en demande. Les fabricants s'adaptent à cette nouvelle tendance en délaissant les aliments non préparés au profit des aliments préparés.
- Les gâteries et mélanges représentent une faible proportion du volume de nourriture sèche. Le climat chaud de Singapour n'est pas très propice à la conservation de la nourriture humide, qui se gâte rapidement une fois le contenant ouvert. C'est pourquoi les consommateurs préfèrent la nourriture sèche à la nourriture humide. La valeur des ventes de nourriture sèche devrait progresser à un rythme de 3 % (TCAC), tandis que les ventes de nourriture humide devraient afficher un TCAC de 1,7 % seulement.
- Les chiens le plus en demande à Singapour sont les chiens de petite race, étant donné que les logements sont généralement petits. Les gâteries et la nourriture destinées spécialement aux chiens de petite race recevront un accueil favorable des consommateurs. La sous-catégorie des gâteries et mélanges a connu la plus forte croissance en 2011, et elle continuera de progresser à un rythme de 6 % (TCAC) dans les prochaines années, ce qui est supérieur au taux prévu pour les autres sous-catégories.

Taux de croissance de la valeur des ventes d'aliments pour chiens (%), par catégorie de produits (historiques/prévisions)

	2010-2011	TCAC 2006-2011	TCAC 2011-2016
Aliments pour chiens - total	**6,0**	**4,3**	**2,5**
Gâteries et mélanges	9,5	10,1	6,0
Nourriture sèche	6,2	4,9	2,7
Nourriture humide	3,7	0,5	1,7

Source : *Euromonitor, 2012.*

- Les animaleries et les animaleries à grande surface demeurent les principaux canaux de distribution des aliments pour chiens, car elles expliquent globalement 80 % de la valeur des ventes. Ces deux types de magasins emploient généralement du personnel qualifié qui connaît bien les animaux de compagnie et qui met son expertise au service des consommateurs.
- Un certain nombre d'entreprises sont présentes sur le marché des aliments pour chiens à Singapour. La marque Hill's Science Diet, de Hill's Pet Nutrition Inc., domine le marché avec une part de 17,3 %; elle est suivie de la marque Eukanuba, de Iams Co., avec 11,9 % du marché, puis de la marque Pedigree, de Mars Food Inc., avec 10,1 % du marché.

Parts de marché des cinq grandes marques d'aliments pour chiens, % de la valeur au détail (PVD), 2007-2010

Marque	Nom de l'entreprise	2007	2008	2009	2010
Hill's Science Diet	Hill's Pet Nutrition Inc.	17,6	17,6	17,5	17,3
Eukanuba	Iams Co. The	11,1	11,7	11,6	11,9
Pedigree	Mars Food Inc.	10,8	10,6	10,3	10,1
Cesar	Mars Food Inc.	8,4	8,4	8,5	8,6
Royal Canin	Royal Canin SA	3,6	3,6	3,9	4,2

Source : *Euromonitor, 2012*.

ALIMENTS POUR CHATS

- Les propriétaires de chats de compagnie considèrent de plus en plus ces animaux comme des membres à part entière de leur famille, ce qui les amène à acheter des produits de haut de gamme afin d'optimiser la santé et le bien-être de leur animal. Ce comportement pourrait par ailleurs expliquer la légère augmentation de la population des chats de compagnie – de 47 900 à 48 500 – observée entre 2010 et 2011.

- Le nombre de propriétaires de chats va continuer de s'accroître, et la population des chats devrait atteindre 51 000 en 2016. Les chats à poils courts sont le plus en demande à Singapour, du fait qu'ils nécessitent moins d'entretien et qu'ils ont moins de chances de causer des allergies chez les membres du ménage.

- Comme pour les chiens, on prévoit une hausse de la demande de nourriture sèche pour chats. La valeur des ventes de nourriture humide pour chats s'est accrue de 3,5 % (TCAC) entre 2006 et 2010, tandis que les ventes de nourriture sèche ont progressé à un rythme plus rapide de 4,2 % (TCAC), ce qui indique une préférence des propriétaires de chats pour la nourriture sèche. En effet, les consommateurs rechercheront ce type de nourriture parce qu'elle est plus facile à conserver et à manipuler. Selon les estimations d'Euromonitor, les ventes de nourriture sèche de première qualité connaîtront la plus forte croissance, avec un TCAC de 4 %. Par conséquent, les ventes de nourriture humide reculeront. On prévoit que la part du volume des ventes d'aliments pour chats que représente la nourriture sèche passera de 51 % à 52 % en 2016.

- Les propriétaires de chats recherchent eux aussi des aliments préparés pour leur animal. En 2011, les aliments préparés comptaient pour 84 % de la consommation totale de nourriture pour chats, contre 16,3 % pour les aliments non préparés, soit 2 points de pourcentage de moins qu'en 2006.

- L'augmentation du nombre de propriétaires de chats révèle par ailleurs une hausse des naissances de chatons. Il est courant aujourd'hui de voir sur le marché des produits spécialement conçus pour des chats d'un certain âge.

- Il est important de noter que les consommateurs de Singapour consacrent maintenant plus d'argent à l'achat d'aliments pour chats de première qualité parce qu'ils se préoccupent de plus en plus du bien-être de leur animal. Par conséquent, ils font un accueil favorable aux aliments fonctionnels conçus pour répondre à des besoins particuliers comme l'élimination des boules de poil, la gestion du poids et la santé dentaire.

Taux de croissance de la valeur des ventes d'aliments pour chats (%), par catégorie de produits (historiques/prévisions)

	2010-2011	TCAC 2006-2011	TCAC 2011-2016
Aliments pour chats - total	**4,0**	**3,8**	**1,4**
Gâteries et mélanges	-	-	-
Nourriture sèche	4,3	4,2	1,9
Nourriture humide	3,7	3,5	1,0

Source : *Euromonitor, 2012.*

- Nestlé Singapore Pte Ltée. domine le marché avec ses deux grandes marques, Friskies (29,3 % du marché) et Fancy Feast (14 % du marché), pour un total de près de 44 % du marché. Mars Food Inc. occupe le deuxième rang, avec 27,3 % du marché, grâce à sa marque Whiskas.

Parts de marché des cinq grandes marques d'aliments pour chats, % de la valeur au détail (PVD), 2007-2010

Marque	Nom de l'entreprise	2007	2008	2009	2010
Friskies	Nestlé Singapore Pte. Ltée.	29,7	29,4	29,4	29,3
Whiskas	Mars Food Inc.	27,4	27,5	27,4	27,3
Fancy Feast	Nestlé Singapore Pte Ltée.	13,6	13,7	13,8	14,0
Hill's Science Diet	Hill's Pet Nutrition Inc.	7,2	7,0	6,9	6,9
Iams	Iams Co. The	4,8	5,0	5,0	5,0

Source : *Euromonitor, 2012*.

ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE

- La majorité des Singapouriens sont d'origine ethnique chinoise, et la culture chinoise a eu une incidence positive sur le fait de posséder de petits animaux d'agrément. En effet, selon l'horoscope chinois, l'année 2011 était l'année du lapin, ce qui a incité de nombreux Singapouriens à acheter un lapin. En conséquence, la population des lapins de compagnie est passée de 79 300 en 2010 à 81 000 en 2011. Par ailleurs, les ventes d'aliments pour petits mammifères et reptiles ont progressé de 5,5 % entre 2010 et 2011.

- La valeur des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie a augmenté de 1,3 % (TCAC) dans les cinq dernières années. Le tableau ci-après donne le taux de croissance des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie par catégorie de produits. Bien que la population des petits mammifères et autres animaux de compagnie soit en hausse, la valeur des ventes d'aliments pour ces animaux devrait augmenter d'à peine 0,3 % dans les cinq prochaines années.

- La population des oiseaux d'agrément est en baisse depuis l'an 2000. Ce type d'animal de compagnie est particulièrement apprécié par les personnes âgées à Singapour, mais il a moins de succès auprès des enfants, qui préfèrent des animaux plus sociables comme les hamsters et les lapins. Les ventes de nourriture pour oiseaux d'agrément devraient continuer de reculer dans les prochaines années.

- Les parents ont de plus en plus tendance à acheter de petits animaux de compagnie pour leurs enfants. Les animaux le plus en demande sont les hamsters, les cochons d'Inde et les lapins. Les petits mammifères et les reptiles exigent peu d'espace et peu d'entretien, une combinaison idéale compte tenu de la forte densité de population et de la grande concentration de tours d'habitation à Singapour. La population de ces autres animaux de compagnie a augmenté de 633 000 à 638 000 entre 2006 et 2011.

- La population des poissons a elle aussi augmenté au cours des cinq dernières années, passant de 438 000 en 2006 à 470 000 en 2011. Le poisson symbolise la richesse et la prospérité dans la culture chinoise, et il est donc très populaire auprès des Singapouriens. Le koi et le luohan sont les espèces le plus en demande en raison de leurs couleurs vives. La nourriture pour poissons qui est conçue pour rehausser ces couleurs et améliorer l'apparence physique demeurera fortement en demande.

- Les animaleries demeurent le principal canal de distribution des aliments pour autres animaux de compagnie. Ces magasins spécialisés devaient représenter 80 % de la valeur totale des ventes en 2011.

Taux de croissance de la valeur des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie (%), par catégorie de produits (historiques/prévisions)

	2010-2011	TCAC 2006-2011	TCAC 2011-2016
Aliments pour autres animaux de compagnie – total	**1,4**	**1,3**	**0,3**
Aliments pour oiseaux	-3,0	-3,2	-2,3
Aliments pour poissons	2,5	3,5	1,0
Aliments pour petits mammifères et reptiles	5,5	4,8	2,1

Source: *Euromonitor, 2012.*

ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE (suite)

Parts de marché des trois grandes marques d'aliments pour oiseaux, % de la valeur au détail (PVD), 2007-2010

Marque	Nom de l'entreprise	2007	2008	2009	2010
8 in 1 Ultra Plan	8 in 1 Pet Products Inc	27,5	27,0	25,5	26,5
KayTee	Central Garden & Pet Co.	23,0	24,0	26,0	25,5
Sluis	P Sluis Co Holding	9,5	9,0	10,0	9,5

Parts de marché des trois grandes marques d'aliments pour poissons, % de la valeur au détail (PVD), 2007-2010

Marque	Nom de l'entreprise	2007	2008	2009	2010
Ocean Free	Quin Hu Corp Ltd	32,0	32,5	33,0	33,5
Bao Zheng Hong	Hai Feng Feeds Co Ltd	13,5	14,0	14,5	15,0
Hikari	Kamihata Fish Ind Ltd	8,0	8,5	8,5	8,5

Parts de marché des grandes marques d'aliments pour petits mammifères et reptiles, % de la valeur au détail (PVD), 2007-2010

Marque	Nom de l'entreprise	2007	2008	2009	2010
Marukan	Marukan Co Ltd	35,0	35,0	35,5	36,0
Burp!	Pet Lovers Centre Pte Ltd	2,5	2,5	3,5	4,0
Autres		62,5	62,5	61,0	60,0

Source pour les tableaux : *Euromonitor, 2012.*

EXPORTATION ET RÉGLEMENTATION

L'Agri-Food and Veterinary Authority (AVA) est chargée de réglementer l'importation des aliments pour animaux, ainsi que la fabrication, la transformation et la vente d'aliments pour animaux à Singapour. L'AVA définit la nourriture pour animaux de compagnie en ces termes : [TRADUCTION] « aliment pour animaux destiné aux animaux de compagnie tels que les chats, les chiens, les hamsters, les lapins, les gerbilles, les chinchillas, les cochons d'Inde, les poissons et les oiseaux. Sont aussi compris dans la nourriture pour animaux de compagnie les peaux brutes, les produits à mâcher et les biscuits pour chiens, et les gâteries pour chats et chiens. » (AVA, 2012)

Pour importer des aliments pour animaux de compagnie, il faut détenir un permis d'importation ou une licence de dédouanement (Cargo Clearance Permit – CCP) délivrés par l'AVA. On peut obtenir ce permis ou cette licence en déclarant l'importation de ces produits sur TradeNet (https://www.TradeNet.gov.sg/tradenet/default.portal). Des droits de licence (CCP) sont exigés pour l'importation ou le transbordement des aliments du bétail.

Les aliments pour animaux de compagnie exportés à Singapour peuvent être classés en trois sous-catégories : produits pour animaux de compagnie contenant de la viande, aliments pour animaux de compagnie ne contenant pas de viande ni de produits à base de viance, et autres produits pour animaux de compagnie.

EXPORTATION ET RÉGLEMENTATION (suite)

Produits pour animaux de compagnie contenant de la viande

Tous les produits pour animaux de compagnie (y compris les peaux brutes et les produits à mâcher) contenant de la viande et des produits à base de viande en provenance du Canada doivent être accompagnés d'un certificat sanitaire émis par les services vétérinaires du pays exportateur, qui doit contenir les renseignements suivants :

- Nom et adresse de l'importateur, et numéro de téléphone d'une personne-ressource (s'il y a lieu)
- Nom et adresse du fabricant
- Usine approuvée par les services vétérinaires du pays exportateur
- Numéro de l'usine (le cas échéant) et adresse complète de l'usine
- Procédé de fabrication, p. ex. traitement thermique à une température minimum de 70°C pendant 30 minutes
- Marque nominale
- Information sur les lots de produits (y compris la ou les dates de fabrication)
- Description claire et détaillée du produit, y compris l'information relative à l'espèce animale (chien ou chat), au type de nourriture (sèche ou humide), au type d'emballage (sachet, boîte de conserve, sac)
- Certification de pays exempt d'encéphalopathie spongiforme bovine (dans le cas des aliments pour animaux de compagnie contenant du bœuf ou des produits à base de viande de bœuf)*
- S'il s'agit d'aliments pour animaux de compagnie contenant de la viande ou des produits à base de viande, soit :
  - certification de pays exempt de fièvre aphteuse et de peste bovine dans les six mois précédant la date d'exportation; ou
  - certification du procédé de fabrication, et déclaration attestant de l'efficacité du processus de traitement dans la neutralisation de tous les agents pathogènes visés, notamment le virus de la fièvre aphteuse et celui de la peste bovine.
- Attestation que le produit final a été emballé à l'usine dans un contenant neuf et stérilisé et que toutes les précautions ont été appliquées pour prévenir la contamination

Aliments pour animaux de compagnie ne contenant pas de viande ni de produits à base de viande

En ce qui concerne les aliments pour animaux de compagnie ne contenant pas de viande ni de produits à base de viande (y compris les produits à mâcher et les biscuits), les aliments pour petits mammifères, ainsi que les aliments pour poissons et pour oiseaux, l'importateur doit déclarer l'opération sur TradeNet et suivre la procédure habituelle en matière d'importation d'aliments.

Autres produits pour animaux de compagnie

En ce qui concerne les produits tels que les vitamines orales ou les vitamines injectables ou à usage topique et les suppléments ou additifs (comprimés/sirop), l'importateur doit produire une déclaration sur TradeNet. Les produits qui contiennent des ingrédients dérivés de la viande, comme les extraits de bœuf, de foie ou de poulet, sont autorisés par l'AVA sans aucune autre évaluation.

Quant aux suppléments pour animaux de compagnie qui font l'objet d'allégations thérapeutiques, l'importateur doit fournir les renseignements suivants à l'AVA pour fins d'évaluation : liste complète des ingrédients, informations sur les sources d'approvisionnement ou les fournisseurs, état d'approbation du produit dans le pays exportateur ou numéro d'enregistrement du produit, et informations relatives à l'étiquetage du produit. L'étiquette ne peut contenir d'allégations de diagnostic, de traitement, de guérison ou de prévention de maladies animales, ni d'allégations d'homologation par l'AVA. Cet organisme ne fait pas l'homologation ni l'enregistrement de ce genre de produits destinés à la consommation animale.

***Nota :** Les importations d'aliments pour animaux contenant du bœuf en provenance du Canada, du Royaume-Uni et des États-Unis sont présentement frappées d'interdiction à cause de l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB ou maladie de la vache folle).*

ÉTIQUETAGE

Une fois qu'il a satisfait à toutes les exigences de l'AVA, l'importateur doit veiller à ce que le produit soit étiqueté convenablement. Ainsi, l'étiquette apposée sur l'emballage des aliments pour animaux de compagnie doit être rédigée en anglais et contenir les renseignements suivants :

- Nom et adresse du fabricant
- Nom et adresse de l'importateur
- Date de fabrication et date de péremption
- Mode d'emploi, selon l'espèce animale
- Liste des ingrédients qui entrent dans la fabrication des aliments
- Garantie attestant que le produit répond aux exigences d'un régime alimentaire complet et équilibré (doit respecter les normes alimentaires recommandées à l'échelle internationale, par exemple celles du National Research Council et de l'Association of American Feed Control Officials).

Critères d'étiquetage

Tous les aliments pour animaux (ou animaux de compagnie) vendus à Singapour doivent être dans un emballage clairement identifié portant une étiquette rédigée en anglais sur laquelle doivent figurer les renseignements suivants :

- La liste des ingrédients qui entrent dans la fabrication des aliments
- La date de fabrication et la date de péremption
- L'espèce animale à laquelle est destinée la nourriture
- Le nom et l'adresse de l'importateur.

PRODUITS MIS EN MARCHÉ

- Mintel a recensé 25 nouveaux produits de la catégorie des aliments pour animaux de compagnie qui ont été lancés à Singapour entre janvier 2007 et novembre 2012.

Singapour – Aliments pour animaux de compagnie – Lancements de nouveaux produits, 2007-2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Product Launches	4	6	13	0	0	2

Source : *Mintel, 2012*

- Le thon est la saveur la plus courante parmi les nouveaux produits lancés à Singapour entre janvier 2007 et novembre 2012. Plus de 16 % de tous les produits sont à saveur de thon, tandis que d'autres sont à saveur de poulet ou de maquereau, soit les deux autres saveurs les plus courantes.
- La saveur la plus courante varie selon le type d'aliments. Ainsi, on privilégie la saveur de poulet pour la nourriture humide pour chats, tandis que la nourriture sèche pour chats est surtout à saveur de thon ou de poisson. Les collations et gâteries pour chats sont principalement à saveur de saumon, de poulet ou de boeuf.

Les cinq principales saveurs parmi les nouveaux produits pour animaux de compagnie (y compris les mélanges) Janvier 2007 – Novembre 2012

Thon
Poulet
Maquereau
Poisson
Saumon

Source : *Mintel, 2012*

PRODUITS MIS EN MARCHÉ (suite)

- Les nouveaux produits pour animaux de compagnie lancés à Singapour appartiennent en majorité à la sous-catégorie de la nourriture humide pour chats (13 produits sur 25). Trois des 13 produits font l'objet d'une allégation du type « éthique – emballage écologique ».
- La sous-catégorie de la nourriture sèche pour chats vient au deuxième rang, avec 9 nouveaux produits sur un total de 25. Les produits de ce groupe font l'objet de plusieurs allégations du type « produit fonctionnel », par exemple « renforce le système immunitaire », « renforce le cœur et le système cardiovasculaire », « favorise la santé des yeux », « prévient les problèmes digestifs ou urinaires », « enrichi de vitamines et de minéraux » et « enrichi de calcium ».
- La sous-catégorie des collations et gâteries pour chats vient au troisième rang, quoiqu'elle ne compte que deux nouveautés.
- Les allégations du type « produit fonctionnel » sont celles que l'on recense le plus souvent sur les emballages des nouveaux produits. Environ 16 % de tous les nouveaux produits sont assortis d'allégations concernant la peau et le pelage, tandis que les autres sont assortis d'allégations concernant le système immunitaire, le cœur et le système cardiovasculaire, et la santé des yeux.

Les quatre principales sous-catégories des nouveaux produits pour animaux de compagnie Janvier 2007 – Novembre 2012

Nourriture humide pour chats	13
Nourriture sèche pour chats	9
Collations et gâteries pour chats	2
Collations et gâteries pour chiens	1

Source : *Mintel, 2012*

Source : *Mintel, 2012*

Nouveaux produits lancés sur le marché entre janvier 2007 et novembre 2012, selon la sous-catégorie

Sous-catégorie	Catégorie d'allégations	Type d'emballage	Format (en grammes)	Nombre de nouveautés
Nourriture sèche pour chats	Pratique	Sachet souple à fond plat	453,60	2
	Naturel	Emballage en carton	500,00	2
	Animal	Emballage en carton	500,00	2
	Animal	Emballage souple	500,00	3
	Teneur accrue	Emballage souple	500,00	3
	Non précisé	Emballage en carton	500,00	1
	Non précisé	Emballage souple	1500,00	1
Nourriture humide pour chats	Éthique et écologique	Boîte de conserve	156,00	1
	Éthique et écologique	Boîte de conserve	85,00	2
	Naturel	Boîte de conserve	400,00	1
	Animal	Boîte de conserve	156,00	1
	Animal	Boîte de conserve	400,00	1
	Positionnement	Boîte de conserve	85,00	1
	Non précisé	Boîte de conserve	156,00	1
	Non précisé	Boîte de conserve	85,00	8
Collations et gâteries pour chats	Animal	Sachet souple à fond plat	60,00	1
	Non précisé	Sachet souple à fond plat	60,00	1
Collations et gâteries pour chiens	Pratique	Emballage souple	100,00	1
	Animal	Emballage souple	100,00	1
Total*				**25**

Source : *Mintel, 2012*

***Nota :** Étant donné que certains nouveaux produits sont offerts en plusieurs saveurs ou variétés, le total de la colonne pourrait ne pas correspondre au nombre total de nouveaux produits indiqué.*

EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS

Nourriture pour chats à saveur de thon
Sous-catégorie : Nourriture sèche pour chats

Entreprise : Effem
Marque : Whiskas
Date de lancement : Avril 2007
Format : 1,5 kg
Prix (principales monnaies) : 3,89 € ou 5,29 $

Nourriture pour chats à saveur de maquereau
Sous-catégorie : Nourriture humide pour chats

Entreprise : Nestlé Purina PetCare
Marque : Purina Friskies
Date de lancement : Novembre 2012
Format : 400 g
Prix (principales monnaies) : 1,40 € ou 1,74 $
Allégations : Sans additifs ni agents de conservation; pour chats adultes

Bistro Cat
Sous-catégorie : Nourriture humide pour chats

Entreprise : Pethouse Supplies PTE
Marque : Seeds Bistro Cat
Date de lancement : Juin 2009
Format : 85 g

Festin de poulet et de foie en sauce
Sous-catégorie : Nourriture humide pour chats

Entreprise : Nestlé Purina PetCare
Marque : Fancy Feast Grilled
Date de lancement : Mai 2009
Format : 85 g
Prix (principales monnaies) : 0,76 € ou 1,50 $
Allégations : Première qualité; éthique – emballage écologique

Gâteries pour chats à saveur de saumon
Sous-catégorie : Collations et gâteries pour chats

Entreprise : Nestlé Purina PetCare
Marque : Purina Friskies Crispies
Date de lancement : Novembre 2012
Format : 60 g
Prix (principales monnaies) : 2,54 € ou 3,16 $
Allégation : Pour chats adultes

Gâteries pour chats Croquant Grillade (à saveur de poulet)
Sous-catégorie : Collations et gâteries pour chats

Entreprise : Nestlé Purina PetCare
Marque : Purina Friskies Party Mix
Date de lancement : Mars 2009
Format : 60 g

Nourriture sèche pour chats
Sous-catégorie : Nourriture sèche pour chats

Entreprise : Nestlé Purina PetCare
Marque : Purina Friskies
Date de lancement : Octobre 2007
Format : 500 g
Prix (principales monnaies) : 1,70 € ou 2,40 $
Allégations : Enrichi de calcium, de vitamines et de minéraux; favorise la santé du système digestif, des voies urinaires et des yeux.

Biscuits tendres
Sous-catégorie : Collations et gâteries pour chiens

Entreprise : Perfect Companion
Marque : Dr. Luv Care
Date de lancement : Juillet 2008
Format : 3 x 100 g
Prix (principales monnaies) : 2,85 € ou 4,44 $
Allégations : Emballage pratique; articulations, os et muscles (produit fonctionnel); peau et pelage (produit fonctionnel); santé dentaire et prévention du tartre (produit fonctionnel)

Source de tous les exemples : *Mintel, 2012*

Circuit de distribution

Les animaleries et les animaleries à grande surface constituent les principaux canaux de distribution des aliments pour animaux de compagnie à Singapour. À titre d'exemple, 80 % de la valeur des ventes d'aliments pour chiens est attribuable aux animaleries et aux animaleries à grande surface. Selon les prévisions, ces deux types de magasins devraient demeurer les principaux canaux de distribution des aliments pour animaux de compagnie. Étant donné la popularité de ces types de magasins, un certain nombre de nouveaux points de vente ont ouvert leurs portes. Pet Lover Centre, a qui appartiennent les enseignes The Pet Safari et Pet Lover Centre, a déjà entrepris d'exploiter cette tendance en ouvrant de nouveaux points de vente à Singapour.

Tendances du marché de détail

Deux grandes tendances sont observées sur le marché de la vente au détail d'aliments pour animaux de compagnie : les cartes de fidélité et le magasinage en ligne.

Cartes de membre et cartes de fidélité
Les cartes de fidélité et les cartes de membre sont des moyens efficaces de fidéliser la clientèle, d'accroître le nombre de clients réguliers et d'augmenter les chances que les clients achètent les produits pour leurs animaux de compagnie (de la nourriture aux jouets) là où ils ont accepté une carte de fidélité ou une carte de membre. Un certain nombre d'animaleries à Singapour offrent à leurs clients l'option de devenir membre ou d'adhérer à un programme de fidélité, ce qui leur permet d'obtenir des rabais et d'autres avantages, comme des produits gratuits.

Magasinage en ligne
Le magasinage en ligne gagne aussi en popularité à Singapour. Les consommateurs étant de plus en plus pressés par le temps, il leur est parfois difficile de trouver un moment pour aller acheter de la nourriture, des gâteries et des jouets pour leur animal de compagnie. De nombreuses animaleries vendent leurs produits en ligne, et certaines offrent même la livraison gratuite. Les clients peuvent magasiner au moment qui leur convient et faire livrer leurs achats à la maison.

Voici quelques exemples de détaillants qui ont su tirer parti de ces deux nouvelles tendances :

PetsCity (www.petscity.com.sg)

Petscity offre un certain nombre de produits et de services aux propriétaires d'animaux, notamment de la nourriture et des gâteries de diverses marques pour chats et chiens, des services de toilettage professionnel et des cours de dressage. Le détaillant possède deux boutiques, situées dans deux quartiers différents de Singapour.

SingPet (www.singpet.com)

Cette animalerie en ligne offre des produits pour les chiens, les chats, les poissons, les oiseaux, les petits animaux et les chevaux. Les clients peuvent se procurer les meilleurs produits et accessoires pour animaux à des prix abordables. Singpet offre également un programme de points à ses membres.

Red Mart (www.Redmart.com)

Cette épicerie en ligne offre des aliments pour animaux aux clients qui font leurs achats hebdomadaires sur Internet. Les marques disponibles sont Fancy Feast (chats), Nutripe (nourriture pour chiens) et Alpo (nourriture pour chiens adultes).

Dog Food Singapore (www.dogfood.com.sg)

Dog Food Singapore offre un certain nombre de produits pour chiens et chats en ligne. Sa gamme de produits pour chiens comprend les marques suivantes : Canine Caviar, Brit Care, Profin, Top Life et Nature Diet/Nature's Harvest. Sa gamme de produits pour chats comprend les marques suivantes : Canine Caviar, Top Life, Pez Mate, Brit Care, LECHAT (nourriture humide) et Monge (nourriture humide).

LES CINQ PREMIERS DÉTAILLANTS À SINGAPOUR

Autres canaux de distribution – Les cinq premiers détaillants en alimentation à Singapour

Entreprise	Nombre de points de vente	Superficie de vente totale (en pieds carrés)	Ventes de produits d'épicerie (en M$ US)	Part du marché de l'alimentation (%)
NTUC FairPrice	276	2 258 591	2 312	12,31
Dairy Farm	849	3 010 472	1 708	9,09
Sheng Siong	25	336 372	461	2,45
AS Watson	139	184 493	328	1,75
LVMH	11	247 570	321	1,71

Source : *Planet Retail, 2012*

SOURCES D'INFORMATION UTILES

Agri-Food and Veterinary Authority of Singapore (AVA)
http://www.ava.gov.sg/

Information de l'AVA sur les aliments pour animaux de compagnie
http://www.ava.gov.sg/AVA/Templates/AVA-GenericContentTemplate.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID=%7b46CF621D-5186-46E9-9D5D-60DE2DBECCB5%7d&NRORIGINALURL=%2fAnimalsPetSector%2fImportExportTransOfAnimalRelatedPrd%2fAnimalFeedLivestockAquaFeedAndPetFood%2f&NRCACHEHINT=Guest#petfood

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)
www.inspection.gc.ca

ACIA, Chapitre 11 : Exportations – Singapour
http://www.inspection.gc.ca/francais/fssa/meavia/man/ch11/coupay/singapf.shtml

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Service d'exportation agroalimentaire
http://www.ats-sea.agr.gc.ca/intro/index-fra.htm

Coup d'œil sur Singapour
http://www.ats-sea.agr.gc.ca/stats/5210-fra.htm

L'Asie du Sud-Est – Information régionale et information sur le pays
http://www.ats-sea.agr.gc.ca/info/ase-fra.htm

Pets Enterprises & Traders Association, Singapore (PETAS)
http://www.petas.org.sg/

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour s'assurer de l'exactitude de l'information Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité reliée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

Tendances de la consommation :
Aliments pour animaux de compagnie à Singapour

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par
le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2013).
ISSN 1920-6607
No AAC. **11967F**

Références photographiques
Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication ou pour demander un exemplaire sur support de substitution, veuillez communiquer :
Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4e étage
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Courriel : infoservice@agr.gc.ca

Also available in English under the title:
Consumer Trends: Pet Food in Singapore

Canada